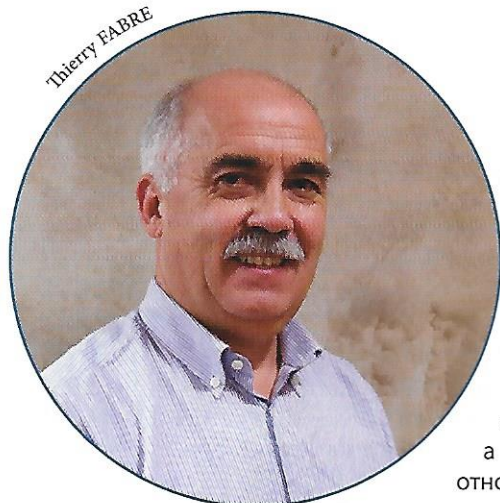


«Эликсир смелости» для предпринимателей

Человеку по жизни необходима определённая доля смелости. Ещё больше её требуется для того, чтобы заняться бизнесом. Тем более бизнесом в другой стране, где клиенты не говорят на вашем языке и у них другие социальные и культурные коды. Ассоциация «Деловой клуб Прованс-Россия-СНГ» - своего рода «эликсир смелости» для предпринимателей и директоров предприятий региона Прованс-Альпы-Лазурный Берег.



Thierry FABRE

Никто не станет отрицать, что заниматься экспортом в Россию и страны СНГ – дело непростое. Старые советские клише всё ещё живы, а дипломатические отношения на стадии стагнации. Однако члены делового клуба оставляют

политикам возможность клевать Путина и ломать копыя в противостоянии «Восток-Запад». Они доверяют своему собственному опыту предпринимателей, коммерсантов, бывших дипломатов, а также прочным связям, налаженным как за рубежом, так и в самом Провансе, в частности с генеральным консульством РФ в Марселе. Этим богатым практическим опытом они готовы поделиться с любым, кто хотел бы им воспользоваться. Достаточно лишь посетить одно из мероприятий клуба, а далее, возможно, и стать его членом.

Президент-генеральный директор «Сенидеко» **Тьерри ФАБР** и основатель *MOD'SPE Paris-Central Europe* **Фабрис РАУЛЬ**, соответственно президент и вице-президент делового клуба Прованс-Россия-СНГ, рассказывают о своей деятельности на российском рынке.

- С чего начинался деловой клуб Прованс-Россия-СНГ?

Фабрис Рауль: Всё началось в 2008 году, тогда мы были членами одного делового клуба в Марселе. Именно там мы познакомились с Дмитрием Верде, который в то время работал в дирекции внешней торговли регионального совета

Прованс-Альпы-Лазурный Берег. Мы сразу же заговорили о нашем российском опыте. У Дмитрия уже тогда была идея создать ассоциацию для профессионалов, работающих на российском рынке или планирующих выйти на него.

- Расскажите о ваших первых шагах на российском рынке.

Тьерри Фабр: Я приехал в Россию в 1993 году, когда получил на выставке в Бельгии заказ от одного российского предпринимателя. Тогда это было для меня неожиданностью. Я приехал в страну, которая переживала разгар перестройки и в которой доллар был в ходу больше, чем рубль. Тогда я и начал исследовать этот рынок. В 2008 году я открыл свой филиал в России, у меня появились другие клиенты. Сегодня я являюсь одним из поставщиков компании «Леруа-Мерлен» в Россию и реализую в России треть моего торгового оборота.

Фабрис Рауль: Я начал экспортировать на российский рынок в начале 2000-х. Пик экономического кризиса к тому времени уже прошёл. Мне не составило труда найти серьёзных клиентов в моём секторе прет-а-порте. Не было никаких проблем с транспортировкой моего товара. В России очень хорошо функционирует система доставки. Я езжу туда настолько часто, насколько это возможно. Русские ценят такое отношение к делу.

- Каков имидж французской продукции в странах СНГ?

Тьерри Фабр: Французская продукция – это символ совершенства, изысканности, качества, прежде всего в том, что касается пищевой промышленности, оформления и дизайна, косметики, алкогольных напитков и одежды. Жители бывших советских республик десятилетиями пользовались некачественной и неэкологичной продукцией. Поэтому сегодня они готовы платить за качество.